

住宅産業CS大会を開催

令和元年10月11日(金)国立オリンピック記念青少年総合センターで開催された住宅産業CS大会において、クレーム処理研究会主宰の川田茂雄氏より「業界の顧客満足度 No.1 企業を目指して」をテーマに講演頂きました。



プロフィール

かわだ しげお
川田 茂雄

1945年 東京都生まれ

1963年 都立高校卒業後、大手カメラメーカーに入社
製造部門、消費者相談室、各サービスセンター所長を歴任。
多くのクレームを解決すると共に全国に真のファンを作り、
顧客満足度TOPの企業に導く。

2002年 早期退社、各企業へのCS指導、執筆活動を行っている。休日は福祉施設などで「ピアノの弾き語り」
ボランティアを続けている。

CSとはなにか

よくCS・CSと言いますが、カスタマーサティスファクションなのか、カンパニーサティスファクションなのか曖昧な世界です。クレーム処理は上手くいってるけど、なぜかお客さんいなくなっちゃったみたいにならない様にするのが大事です。CS最前線の先の方にみんな責任押し付けて逃げておりますけど、実際に必要なのはやはり現場でサポートする技術者。その力が弱いと全てコールセンターとかに負担がかかってきます。お客様から苦情が来る大部分は会社が悪いんです。それを口先だけでごまかせというような指示を出していると最前線は大変です。全国にコールセンターがたくさんありますが、10年ほど前にA社には名古屋や福岡に大きなコールセンターがありました。1000人くらいいて、皆マイク付きヘッドフォンを付けて、10人に1人ぐらいづつスーパーバイザーがサポートしていました。その当時、コールセンターで働く人たちの平均勤続月数は1.5ヶ月でした。なぜならば企業が悪い事をするのに、「そんな事はありません」と答えるマニュアルを作って答えさせてるのでクレームだらけで精神的に持たない訳です。それに耐えられた人は、年に一度、表彰式をやりましたがコールセンターをいくら強くしてもとても解決出来ません。やはり技術や現場の職人さんの力がとても重要です。今日は建築に関わる企業が参加されていると思いますが、やはりCSを推進していくには、現場に関わる方々の腕にかかってきます。20数年間、私の自宅の隣の土地が空いてました。そこに今年の春、小田原のB建設さんが家を建てました。今まで日当たりが良かった場所にある日突然家が建つのですから当然クレームの雰囲気です。でもB建設さんの最初の対応がもの凄く良くてクレームにはなりませんでした。

CSって言いますが家が建つ前からもうCSですよ。そして立派に家が立ち上がって、ゴミを運び出す廃棄業者がまたすごく愛想がいい。だから、いい会社というのは、初めから最後まで、そういう人が揃ってる訳です。

私はカメラ会社で40年サラリーマンをやってきました。前半20年は技術部門、後半20年をお客様対応やってきました。うるさいお客様と沢山出会いますが、そのお客様からいろんな事を教わった訳です。それが普通のサラリーマンとはちょっと違うところです。CSの最悪の部分ですよ。クレームという最悪の部分は何としても、上手く解決してリピーターにして行く…それを、20年やった結果、今日がある訳です。クレームというのは、世の中が変わると同時に、どんどん変わって行きます。是非、建築関係の皆さんに注意してもらいたいのは、最近では本業に入る前にクレームになる事です。1例を紹介すると、東北の結婚式場で式が終わった後に70代の女性がパーजनロードにつまづき転んで腰骨を折りました。ホテルですから救急車を呼んで至れり尽くせりに対応しますがクレームから裁判に発展。お客様は7,000万円を要求しますが、裁判官は約2,500万円と算出。これをホテルと被害者に7:3の割合で負担させる判決を出しました。この女性がクレマーかと言ったら決してそんな事はないんです。年寄が転んだらたちまち骨折、これが現実です。特に不特定多数の方が行き来する様な場所で仕事をする場合、注意が必要です。

消費者の「四つの権利」とは

私、クレームの話をする時には「消費者の四つの権利」を紹介しています。消費者は、1番目に「安全を求める権利」を持ってい

ます。皆さんは目の前のクライアントを大切にすることでなく、隣近所も全部含めて社会の安全を大切にしていけないと行けないですね。2番目は、消費者は「知らされる権利」があります。営業の皆さんは契約が取れるまでは十分な説明をされると思うんですが住宅産業は契約が決まってから後が長い。最初だけ説明するのはなくその後もずっと関わって行かないと危ないという事です。3番目には「選ぶ権利」がある。業界の談合カルテルは一切ダメですよ。競争の原理をきちっと働かせて下さいねという事です。

4番目に消費者は「意見を聞いてもらう権利」がある。消費者は、何でそんなにうるさいんだろうか?それは意見を聞いてもらう権利があるからです。これは消費者が意見を言う権利があるのではありません。聞いてもらう権利ですから、聞く方の皆さんは、お客様が何か言ってきたら、それはきちっと聞いてそれを経営に反映させないといけませんよと言うややこしい権利なんです。

私はX社で20数年、約600件のクレームを処理しました。X社のカメラはちょっと高いモノですからお客様も社長さんなど、偉い方が多くなります。若いころ、主任の肩書きでクレーム処理に行っても相手にされず門前払いです。でも何としてでも交渉に持って行かなくてはいいけませんから、「このエリアは全て私に任せてますっ!」と言い切っても頑張らないと話し合いすら出来ません。話し合いに入るともうパンパンと質問がきますが、即答出来ないと終わりです。是非、自分たちが扱っている商品やサービス、関係する法律、条例など、お客様から質問されたら即答出来るようにしておいて下さい。お客様に知識量、情報量で負けないよう勉強してください。私は、責任を持って対処してクレマーの大部分をリピーターにしました。どんなにクレーム処理が上手いっても、そのお客様が次から他社のカメラを買うのでは意味がありません。



宝島社(文庫)

質疑応答より

クレーム処理のストレス解消法ですけども、私、音楽をやるからと言ってストレスは解消出来ません。やっぱり本題で以って解消して行かないとダメですね。それを上手く解消出来さえすれば、やった!という思いはとても大きいです。ですからストレスに負けないようにやって行きたいんですけど、第一はクレームで捕まって、そこでストレスが発生するというのは、お客様と会社との間に入って追い詰められるからです。クレームで言われた事は上司に報告する、組織に伝える。報告すると半分くらいはストレスが解消します。一人で問題を抱え込まない事です。ストレス解消と言うよりも、問題を何しろ一人で抱え込まない。また、困っている人がいたら是非、応援してあげて欲しい。電話1本かけてあげて欲しい…大丈夫か?その電話1本を貰う事で、追い詰められる事が解消して行きます。支店の先の先で起きた問題…それは支店の問題じゃなくて、会社全体の問題として捉えて一歩踏み込んで、応援して行く。そう言ったところがとても重要です。気を付けて下さいね。孤立しないように、孤立させないように。そんな事をお願いします。

凄いクレマー

クレーム処理では、時々凄い人と出会うこともあります。世直し爺さんのクレームと名付けた、水戸黄門みたいな方が出てきます。どうやって攻めてくるかという、「あなた方間違ってますよ、なおしなさい」と、これだけです。個人が言われたならすぐ治せる問題が、企業だとなかなか治せない。そこを突かれます。まず小さな問題を振ってきて、企業がどんな対応するかを見る。対応が悪いと、じゃあ一丁やってやろうかと本題に入ってくるわけです。本題に入られますと6ヶ月で役員が出て行かざるを得なくなり、企業側は必ず折れます。それから1年間ぐらい、毎月のように反省会です。反省文を迫られ、そこに書かされる文言は、1番目に、全て経営者に責任があります。2番目には社員教育が至らなかったもので人間性豊かな社員を育てます。3番目にはこれから広くユーザーの意見を聞いて経営に反映させます。4番目に、今回この問題に関わった人間を一切冷遇させないと、この4項目を書かされるのです。こうなると企業はにっちもさっちもいきません。

こういう凄い方がおられた事を簡単に紹介しますが、この方は、本名「瀧本壽叙(としのぶ)」さんと言いました。残念ながら2001年(80才)に亡くなりましたが、日本で初めて自動車の不正車検問題を追求し、最終的には国会でも取り上げられた方でもあります。

クレームをなくすには

私もX社でタキモ番を5年間やりましたが、この瀧本さんから親子以上に可愛がられました。一生懸命仕事すればクレームになんかはなりません。私は会社を辞める時、お客様に手紙を書きました。すると飛んで来るお客様もあり、川田さんにはよくしてもらったからと、100万円もするレンズを買って来て見せる方もおりました。その時初めて、あ!このうるさいお客様もリピーターになっていたって分かりました。まあ偉そうな事言ってきましたけれど、クレーム処理というのは、答えはもうこれ以外ないですよ。どんなにクレーム処理が上手く行ったと思っても、そのお客様が次から他社の品物を買う、他社と契約する…それでは何の意味もない訳です。